

★★★★★
出版人的良知，五星的品质

阅读改变气质
知识改变命运

最简单实用的销售技巧系列丛书

“无声” 销售

读懂客户身体语言签大单

李银玲 编著

这是当下最实用最简单易学的销售员必备手册！

“无声” 销售

读懂客户身体语言签大单

李银玲 编著

图书在版编目 (CIP) 数据

“无声”销售：读懂客户身体语言签大单 / 李银玲

编著. —北京：企业管理出版社，2013.9

ISBN 978-7-5164-0437-9

I. ①无… II. ①李… III. ①销售—商业心理学

IV. ①F713.55

中国版本图书馆CIP数据核字 (2013) 第172335号

书 名：“无声”销售：读懂客户身体语言签大单

作 者：李银玲

责任编辑：宋可力

书 号：ISBN 978-7-5164-0437-9

出版发行：企业管理出版社

地 址：北京市海淀区紫竹院南路17号 邮编：100048

网 址：<http://www.emph.cn>

电 话：编辑部 (010) 68701408 发行部 (010) 68701638

电子信箱：80147@sina.com zbs@emph.cn

印 刷：北京博艺印刷包装有限公司

经 销：新华书店

规 格：710mm × 1000mm 1/16 13印张 188千字

版 次：2013年10月第1版 2013年10月第1次印刷

定 价：39.90元

版权所有 翻印必究 · 印装错误 负责调换



P E R F A C E

前言

无声的语言，有心的神态

有声的语言交流是推销员与客户沟通的重要方式，掌握必要的说话技巧，对于推销活动的顺利开展能够起到至关重要的作用，然而，与客户的交流不仅仅依靠有声的语言来进行，无声的身体语言同样重要。

身体语言在销售中的重要性体现在客户和推销员两方面，也就是说，客户为了获得更好的产品或服务，他们会用自己的各种肢体动作来表达自己的想法；推销员为了顺利推销成功，也在用自己的身体语言影响着对方。归根结底，推销就是买卖双方的一场身体语言的交流，任何一方都在努力捕捉着对方身上的每一个小动作、小表情。《身体语言密码》的作者亚伦·皮斯研究了上千次的销售和谈判，结果发现：销售中60%到80%的决定都是在身体语言的影响下做出的。

在销售过程中，客户说的话往往具有很强的隐蔽性，甚至欺骗性，一个销售人员如果只凭客户的三言两语就盲目地下决定，那么就很难达到理想的效果。嘴巴可以欺骗人，但身体语言却是实实在在的，一个小小的动作就能表露出内心的真实想法。比如，看到对方用手快速地摸了一下鼻子，千万不要认为那是鼻子发痒，相反，这正是对方心里焦虑或者撒谎的迹象；当看到对方用手托着自己的腮帮子认



真听你讲话时，千万不要认为对方对你的谈话无比入迷，恰恰相反，这正是对方从心里已经对你厌烦之极的征兆。由此可见，销售人员了解这些身体语言的含义是多么重要，否则将无法全面、正确地洞察客户的心理变化。

销售人员如果不理解对方身体语言所代表的含义，或者理解有偏颇，甚至有可能使“蒸熟的鸭子”飞掉。一位推销员在与客户交谈时，竟然发现客户的双臂交叉抱于胸前，双手握拳，大拇指向外侧，直立向上。这样的姿势就是表示肯定、同意的意思，也可以理解为“我们可以成交了”。然而，这位推销员一直没有察觉到客户的这一细节，仍在苦苦等待着对方有个明确的口头承诺，而对方也在一直等着他表态，最后因为这点误解双方不欢而散。

推销员除了能够通过客户的身体语言来促成成交之外，更要学会用自己的身体语言去影响对方，促使对方采取购买行为。

客户下决定购买的念头往往就在一瞬间，这一瞬间肯定会本能地做出相应的身体姿势和表情，一旦有所察觉，推销员就应大胆地向对方提出成交要求。因为这个时候，对方尽管没有开口，但是通过身体语言已经将购买意向表露得清清楚楚了。

一个推销员利用自己身体语言来影响客户的行为并非易事，要想成功做到这一点，需要从学会运用不同的身体语言来表达、展示自己的情感状态。

销售人员在面对客户的时候，不需要完全用口头语言来表达自己的想法，因为口头语言所表达的思想容易掩盖，容易被对方曲解或者混淆。如果辅以适当的肢体动作，非语言手段能使我们的情感交流更准确，客户瞬间就会明白。比如你的站姿、坐姿，以及一些脸部表情都可以运用到销售中去，顾客也能从你的肢体动作的细微变化中来了解你本身和产品。

非语言暗示被认为是精练后的语言信息。在推销过程中，有很多信息不能直接通过口头表达出来，这时就需要适当地运用手势和肢体语言来配合说明。比如你想表达“这个价位可以商量、让价，那么你可用退步来表达”；如果要想表达“这个价位是最低的了，不能再砍



价了”时，可用侧进步来予以说明你的诚意，看到你这些动作，顾客也可明白其中的涵义，就不要再跟你砍价了。当你向客户表达：“我们的产品、我们的服务都没有问题”，你的脸上要表现得生动活泼而又热情洋溢，这样容易感染客户，让客户对你产生一种言行一致的信任感，从而可消除你与客户之间的压力和紧张情绪，还会增加对你的信赖感。

在交流的过程中，非语言信息的交换是双方的需要，从推销员到顾客，再从顾客回到推销员必须互动起来。在这个过程中非语言信息起着穿针引线的作用。比如，顾客在听推销员讲解产品的时候，也会使用瞪眼、皱眉、微笑、点头各种非语言动作来回应。这个时候，推销员可以从客户的反应中得到反馈，决定下一步该怎么做。

本书分为两个大方面，前4章讲述的是身体语言在客户身上的应用，掌握身体语言对于销售人员的重要作用。后3章讲述的是销售人员如何通过自身的身体语言去影响客户。通过阅读本书，让推销员达到洞察客户心理、掌握销售技巧、修炼自身素质的目的，希望本书能为想在推销事业上做出一番业绩或准备步入推销事业的人提供借鉴和指导。



目 录

前 言 无声的语言，有心的神态 1

第一章 见面之初的判断：谁是你的真正客户

在实际推销过程中，的确存在很多不为购买产品而四处打听的人，这些人自然不会告诉你内心的真实想法，遇到这样的人推销员该怎么辨认呢？最可靠的办法就是观察对方的肢体动作。

“张望”说明一切：谁是“进来看看”，谁是真心选购	3
身体前倾的客户有购买的诚意	6
从客户眼神的指向中找出“当家人”	9
从服饰判断客户的支付能力	13
主动握手者大方，被动握手者小气	16
敏锐地抓住告别动作中隐藏的销售前景	19
从身体语言的细节中捕获客户的购买信号	22

第二章 了解客户的技巧：挖掘出隐藏在客户内心的秘密

据心理学家研究发现，暴露内心最不可靠的东西正是自己最容易控制的表情和动作，比如，有的人为了掩饰内心的慌张或者恐惧，总会不时地捂嘴，或者双臂相互抱在一起。在销售活动中，这是推销员应该注意的一点，在与客户交流的过程中及时发现他们身上的小动作，就不难挖掘出客户内心隐藏的秘密。

双手抱胸的客户你要耐心说服	27
---------------	----



掰手指的客户要小心应付，他们大多是挑剔者	30
从付款方式看客户的个性	33
从握手的冷热干湿体会客户的心理	35
从对推销人员的态度看客户的诚意	38
眼睛发亮之处就是客户的兴趣所在	41
通过视线方向判断客户的想法	44
从口头禅上把握客户的消费心理	46
脸上一闪而过的迟疑诉说着内心的挣扎	48
用手遮住嘴巴是说谎的表现	50
手托脸颊表明客户并非在用心倾听	53
请你的客户放松：注意他的“安慰行为”	57

第三章 掌控谈判的前提：察颜观色把握客户的心理变化

一名优秀的销售人员在开始推销或者谈判前，一定要学会洞察客户的心理，只有准确地把握了客户的心理变化，才可能灵活机智地运用各种推销，做到有的放矢，准确切中对方的要害，顺利达成交易。

眉毛展皱是最可靠的“心情报告员”	63
嘴角变化可以泄露客户的“小九九”	66
客户眯起眼睛，说明你的表述引起了他的怀疑	69
手势是反映客户心态的“传感器”	72
笑不露齿往往代表着拒绝	75
客户频擦眼镜，你最好放弃推销	78
拖着步伐走的人，更需要你去关心	81
客户抖动双脚时，赶快结束会谈	83
触摸鼻尖的手势是心里焦虑的表现	86
两手叉腰，表明客户在与你暗中较量	88

第四章 把握最后的机会：解读客户的成交信号

签单是销售活动中最后一个环节，也是最重要的一个环节。客户的身体语言贯穿整个销售过程，像在前几个销售阶段一样，客户在成交前同样会有特殊的身体语言，包括语气、表情、动作等。若在这个环节上做得不好，很可能前功尽



弃。因此，利用客户的这些身体语言来观察他们的心理仍是一种重要方式。

边抽烟边踱步的人往往有“恐惧下决心综合症”	93
客户用手触摸嘴唇中间代表着犹豫，需要加强攻势	96
客户坐姿放松，那么你离成功也就很近了	99
站立时不断变换站姿的人，成交希望较大	102
客户反复端详，代表对产品感兴趣	105
肩膀一耸，真的表示无能为力吗	107
客户压低下巴，是强烈不满的表现	110

第五章 注重首因定律，第一次就让客户敞开心扉

推销员和客户首次相见，往往是彼此陌生的，沟通起来难免会有一些心理上的障碍，这无疑阻碍了推销的顺利进行。因此，如何打开客户的心扉，让客户乐于与自己交谈就显得非常重要。这就需要销售人员学会运用身体语言来正确地引导客户，让对方尽快融入谈话的气氛中去。

不同客户，需要使用不同的接待姿态	115
专业的素质折射于专业的服饰	118
尊重个人空间和领域好过“亲密无间”	121
正确的握手方式为你打开成功的大门	124
模仿对方：类似会引起对方的共鸣	126
炽热的注视能增强客户对你的信心	129
用微笑表达你的喜悦、真诚与祝福	132
挺拔的站姿会让客户对你好感倍增	135

第六章 博取客户认同，彻底打消客户潜在的顾虑

要想把产品成功地推销给客户，首先必须博得对方认可，让对方在心中真正地接纳你。只有让客户接纳了推销员本人，才有可能接纳你推销的产品。

传递真诚：摊开你的双手	149
传递真诚：摊开你的双手	141
专注地做笔记：专业一些对人对己都有利	143
点头“Yes”摇头“No”：求同存异才能做生意	145
让座有技巧，占座有诀窍：坐下来你就有了良好的开端	148

适当的肢体接触会增加客户对你的好感	151
用身体姿势争取控制权：不要让客户操纵你	153
让客户的思维随着你的手势转动	156
反对而不僵持：用身体语言巧妙地说“不”	160

第七章 趁热打铁，力促客户签订单的身体语言

签单作为销售的最后一个环节，无论是推销员还是客户都十分谨慎，尤其是客户心里一定会有“购买”与“放弃”之间经历多番的挣扎，这时候，销售人员需要做的就是趁热打铁，利用自己的身体语言“逼迫”客户下决心。

谦卑的姿势能让客户享受心理上的满足	165
伸出双臂，用坦诚打消客户最后一丝疑虑	167
眼神热切，保持沉默，给客户一定的考虑时间	170
客户的脖颈会说话	173
微笑着倾听，不要打断客户的讲话	175
动作要慢，语气要缓，关键时刻不能手忙脚乱	178
留住宝贵的回头客：得体的举止要持续到未来	182
放松肌肉，内心坦然，流露出必胜的姿态	185
亲自示范，让客户体验	189
据理力争，但避免与客户争吵	192



第一章

见面之初的判断：谁是你的真正客户

很多推销员每天在寻找着客户资源，每天也在忙碌着拜访客户，但总是没有成交。这是为什么？归根结底就是效率太低，高效率销售的关键不在于推销员一天能接触多少人，与多少人打交道，而在于所接触的人中有几个是真正的客户。在实际推销过程中，的确存在很多不为购买产品而四处打听的人，这些人自然不会告诉你内心的真实想法，遇到这样的人推销员该怎么辨认呢？最可靠的办法就是观察对方的肢体动作。因此，推销员要找到“真正的客户”就必须拥有一双火眼金睛，在与客户见面之初，就能够做出正确的判断，以便把时间和精力放在有购买意向的客户身上。

本章导读

“张望”说明一切：谁是“进来看看”，谁是真心选购

身体前倾的客户有购买的诚意

从客户眼神的指向中找出“当家人”

从服饰判断客户的支付能力

主动握手者大方，被动握手者小气

敏锐地抓住告别动作中隐藏的销售前景

从身体语言的细节中捕获客户的购买信号



“张望”说明一切：谁是“进来看看”，谁是真心选购

眼睛是心灵的窗口，通过这扇窗户可以发现内心的很多秘密。一个聪明的销售人员首先要明确哪些人有购买意愿，哪些人只是随便看看。要想找到目标客户，观察对方的眼神就可以略见一斑。眼睛里往往蕴含着一个人真性情，即使刻意掩饰也会留下蛛丝马迹。

在陌生的环境中，目光是最好的交流方式。通过客户观察产品时的“目光”，销售人员可以很好地探知其内心深处的真实想法。因为大多数客户不会直接告诉任何人自己心中的不满和意见，这就要求销售人员必须观察客户的眼光。对此，做房地产业务的钟达在这方面有很多经验。

一次，钟达带着约好的客户看房子，这位客户看完之后，马上说：“这个房子缺点很多，比如……”一时罗列了好几条。但钟达注意到一点，当这位客户在嫌这嫌那的时候，他的目光一直上下打量着，先是对屋内的建材、布局仔细看了一番，后又转移到窗外的景色。钟达马上判断，客户对这套房子还是比较满意的，嘴上故意嫌弃可能是为了取得更多的谈判筹码。想到这里，钟达就更加有信心，于是他顺着客户的思路，把谈话焦点转移到屋内建材质量、房子周围环境上来，以此来强化客户心中对房子美好的一面，最后顺利成交。

由此他得出一个经验：即便客户隐藏得再好，但只要仔细观察，他们的真实想法会从目光中不经意间流露出来。

正如美国著名的销售顾问杰哈德·葛史汪德纳所说：“在一个长达30分钟的业务交流中，双方大约会交换800种非言语信息。”而目光交流是判断客户内心想法的一个非常重要的线索。

如果客户目光飘忽不定，不敢和你的视线交会，只是往别的地方



看，说明客户没有购买意向；

如果客户的目光上下左右四处观看，而不聚焦于任何一件商品上时，你基本就可以放弃这个客户了，因为这是对方想摆脱你，时刻准备撤离的征兆。

如果客户的眼光长时间地聚焦在某件物品或同类物品上，那很好，你就要抓住机会向他重点做一些介绍了，即使暂时不会购买，也至少说明他已经被眼前的东西吸引了。

针对客户目光所隐藏的含义，因人而异，并不是所有具有以上目光特征的客户都会做出相同的反应。有的客户会反向操作，在说话时他的眼睛会盯着你看，甚至把眼睛睁大，从心理学的角度上看，这样的目光表达了“不情愿透露内心真实想法”的意愿。为了不让对方看透自己的内心，尽力掩饰心底真实的想法，因此他们会强迫自己这样去做，表现在眼睛上就是“不要眨眼、不要转动、不要离开视线”。对于这样的客户，很多销售员往往会误解，认为这是客户发出“购买”的信号，其实恰恰是“拒绝”信号。

目光接触的确有很多学问，有时必须根据客户的实际情况做出推测和判断，否则，不但浪费时间，还有可能彻底失去客户。

钟达曾经也有一次失败的经历，那是在他刚上班不久，有一客户来看房子，在与客户沟通了一段时间后，尽管最终没有成交，他自始至终表现得都很冷静、很理智。直到双方的谈判临近结束时，一个不经意的小动作令钟达死心复燃。当时，客户在准备离开时转过头来看了一眼，而钟达错误地认为这是客户暗示自己已经喜欢这个房子的意思，于是，想当然地认为“如果不及时促成成交恐怕再也没机会了”。于是，他奋力追上去，一口气向客户说一大堆房子的优势和好处，说您看中的这套高档公寓在两千万以上，希望尽快谈成这笔交易。当钟达沉浸在喜悦中时，客户却开始不断地用手掌搓着脸颊，视线也几次避开他的眼睛。很显然客户已经不耐烦了，只是不方便直接讲出来，而钟达完全没有注意到客户这些不耐烦的表情，等到钟达说完之后，客户非常生气地转身便走。

后来，钟达才知道，这位客户是外地来的，想买市中心的房子，



但又觉得对市中心的房屋行情不太了解，非常犹豫。他找到钟达最初的想法只是想多咨询一下行情，以便做一个比较，并没有决定是否购买。谁知道钟达求胜心切，竟然因为客户一个回头的眼神把自己拽进了进退两难的境地。

在这次谈判中，这位客户的反应也许有点大。但是钟达的表达也存在问题，有待改进，尤其是在对客户滔滔不绝讲解时完全忽略了对方的感受，客户不停地摩擦自己的双颊，目光游离，四处张望，表现出焦虑的心态，就是一个非常明显的拒绝信号。这时他应该适可而止，但钟达并没有意识到这一点，导致客户拂袖而去。

读懂客户的目光对销售非常有帮助，经历了这次失败之后，钟达私下多次和有经验的业务员交流，从中学到了不少东西。

钟达有一位叫王新的同事，是公司里业绩最好的业务员之一，一天，他随同王新去签合同。这位客户已经有了购买意向，这次就等交款签合同了。但在签约前发生了一个小小的插曲，这位客户忽然犹豫起来，反常的态度立刻让富有经验的王新感觉到一定是某个环节出了问题。王新注意到，这位客户好像不敢与他们直接发生目光接触，眼神不时地飘向四周，变得不坚定起来。在通常情况下，购房者签合同同时都会非常兴奋，眼光炯炯有神。而这位客户的表现与别人大相径庭，于是王新找了个借口，先暂缓交易。

经过进一步的交涉，才知道，这位客户最近经济状况出了些问题，但又非常喜欢这套房子，所以总是百般遮掩，希望以房再养房。但是签约当下，他心里难免有些焦虑，担心拿不出款项。

眼神不坚定，环顾四周，眼睛暗淡无光，原始意义是心虚，对自己不自信，希望对方做出一定的妥协。遇到做这种动作的客户往往需要停止原来的行动，改变策略，旁敲侧击了解更深层原因，必要时可以做出一些让步。



“无声”销售圣经

在一个封闭的空间里，一个人的眼睛看某一个地方，都会表现出不同的含义：

◎正视

表示客户正对你的述说感兴趣。

◎向下斜视

可能有对某物感兴趣的成分，但更多的意思是表示不确定。

◎向两边侧视

表示对你的话不屑一顾，你的谈话对于他来说可有可无，如果面带微笑或者眉毛轻扬，则表示对你感兴趣。

◎四周环顾

说明客户此时的注意力并不在某件物品或者你身上，更多的是想摆脱眼前这个环境。

身体前倾的客户有购买的诚意

每个人在说话的时候都会辅以很多肢体动作，比如前倾、后仰、倚靠、侧斜、叉腰等，在做这些小动作时，人体需要与地面形成一定的角度，这在心理学上，都反应了谈话者当时的一种心理状态。

在与客户交流过程中，正确地理解客户身体姿势所隐含的含义，对于实现成交有非常重要的意义。有的销售人员说，“我嘴皮子都磨破了，可客户就是不动心”，其实，在推销过程中，最难的就是不知道客户心里在想什么。巧妙地抓住客户身体姿势的变化，可以判断客户是否有购买意向。

小春刚到一家公司做招商专员，上班的第一天，正好碰上公司要参加一个招商会展。他一个新人本不在这次参展人员之内，但为了让他提前感受一下招商氛围，学习一些经验，经理破格让他去参展。但是没有委派任何任务，只是随同事刘洋一起接待客户。

在会上，来参展的客户非常多，往往一个推销员要同时接待两个或者更多的客户，他看在眼里，急在心里，却一点忙也帮不上。他



看着刘洋时而和这个说笑，时而和那个碰杯，自如地应付着每一个客户，甚至每一个客户见到她都对她笑脸相迎，心里不禁顿生敬佩之情。他想推销产品原来如此简单，在几句言谈和笑声中就顺利签单了，并不像自己想象的那样难，需要大做产品宣传和介绍。

事后，小春忍不住问刘洋她接待客户是否有什么秘诀，刘洋笑着说：“推销不仅仅是靠一张嘴去说，最重要的是要观察客户对你的态度，凡是那些对你本人感兴趣的客户对产品基本上也可以接受。”说完看了小春一眼，接着说：“你可以细心地观察一下，那些对你感兴趣的客户，一般会主动凑上去，上身前倾，脑部微斜。有时候名为闲谈，实际上是在谈论产品。”小春仔细想了一下，刘洋几句简单的点拨让自己恍然大悟。

这段经历对于刚刚涉足销售行业的小春来讲十分有吸引力。于是他接着问刘洋，“身体前倾在交流时真的那么重要吗？”刘洋说：

“当然了，如果某一个客户身体前倾，眼睛注视某一产品，头部不断地前伸，这就说明他有进一步了解的意向，看到这种情况，你应该重点注意这些客户，他们很有可能成为立即成交的对象。”

在谈话过程中，刘洋提醒小春：“身体语言是推销过程中一种非常重要的辅助手段，身体在前倾的时候要适度，通常控制在5~15度角为宜，倾斜的角度太小显不出真诚，度数太大又会显得咄咄逼人，让对方感到压抑。当然了，并非和客户交流的任何时候都需要做出身体前倾的姿势，举个例子：如果对方紧张不安、情绪激动，或者你和对方正在谈论一些充满分歧的话题，任何身体的前倾都会给对方造成压力。这个时候，要创造一个轻松自在的谈话环境，所以，应该选择稍微向后倾斜身子，为对方留出更多的私人空间，以减轻他的压力。”

刘洋还提到，如果把脑袋稍微偏向一边，同时双眼热切地注视对方，这样的肢体动作也表示你在关注对方，正在全神贯注地听他说话，诚心实意地和他交谈，让对方感觉到你是一个可交的人，一个值得信任的人，有了这样的私人感情做铺垫，营销就会变得顺利很多。

在实际生活中，身体前倾是出于对对方的一种礼貌、好感，前